



2025年 挖掘机行业词条报告

头豹分类/制造业/专用设备制造业/采矿、冶金、建筑专用设备制造

掘进新时代——挖掘机行业周期重构与智能电动化跃迁之路 头豹词条报告系列



郑梓涛 · 头豹分析师

2026-02-05

未经平台授权，禁止转载

行业分类：制造业/采矿、冶金、建筑专用设备制造

摘要 挖掘机是多功能土石方施工机械，广泛应用于多个领域。行业特征包括强周期性且与宏观经济联动、技术与资本双密集型、政策驱动性突出。2019-2024年，行业市场规模由696.7亿回落至680.13亿，预计2025-2029年将增至924亿。前期下滑受疫情、行业周期与政策调整影响，后期增长得益于疫情后需求释放、新场景与政策红利。未来，电动化与智能化技术、环保政策及国际化布局将支撑市场规模稳步增长。

行业定义

挖掘机是一款多功能土石方施工机械，核心功能是完成土石方的挖掘与装载作业；同时可通过更换属具（如破碎锤、抓斗、铲斗）或调整操作方式，灵活实现土地平整、边坡修整、重物吊装、物料破碎、建筑拆迁、沟渠开挖等多样化施工任务，其作业效率高、适配场景广，因此被广泛应用于建设工程、矿山开采、海工建设、市政维护、农业土地整理等多个领域，是各类工程现场的“多面手”设备。

行业分类

挖掘机按行走机构可分为：履带式、轮胎式、汽车式、悬挂式。

按行走结构分类

履带式

以履带为行走装置，接地面积大、抓地力强，能适应泥泞、山地等复杂崎岖的地形，作业稳定性好，是工程基建、矿山开采等重载场景的常用机型，但行驶速度较慢，转场需借助平板车运输。

轮胎式

采用橡胶轮胎行走，行驶速度快、转场灵活，可直接在公路上短距离移动，更适合城市拆迁、市政维修等需频繁转场的轻中载作业，但在松软地面的通过性弱于履带式。

汽车式

以汽车底盘为基础改装而成，具备与普通汽车一致的公路行驶能力，转场效率极高，多用于城市内的应急工程、小型土方作业等场景，但受底盘结构限制，作业时需借助支腿稳定机身，作业范围相对受限。

悬挂式

通常悬挂在拖拉机、装载机等设备的底盘上，属于轻便型附装设备，结构紧凑、成本较低，适合农业土地整理、小型园林改造等轻量作业场景，灵活性强但作业功率和范围相对有限。

行业特征

挖掘机的行业特征包括强周期性且与宏观经济高度联动、技术与资本双密集型、政策驱动性突出。

强周期性且与宏观经济高度联动

挖掘机行业具备显著的顺周期属性，其需求变化与宏观经济走势、固定资产投资规模，尤其是基建投资、房地产开发投资的波动高度绑定。当经济处于上行阶段，基建项目开工率提升、房地产新开工面积增长，会直接拉动挖掘机的采购需求；反之，若宏观经济增速放缓、基建与地产投资收缩，挖掘机市场需求会随之下降。此外，设备更新周期也会对行业周期产生影响，挖掘机的使用年限一般为5-8年，存量设备的更新需求会在一定程度上平滑行业的周期性波动。

技术与资本双密集型

挖掘机行业属于技术密集型和资本密集型产业，具备较高的行业准入门槛。技术层面，挖掘机的核心性能取决于液压系统、电控系统等关键部件，这些部件的研发需要长期的技术积累和高额的研发投入，早期中国市场的核心部件多依赖进口，近年来随着国产头部企业的研发突破，液压系统等核心部件的国产化率逐步提升，但与国际顶尖品牌仍存在一定差距。资本层面，挖掘机的生产制造需要建设大型生产基地、采购高精度加工设备，同时为了保障供应链稳定和市场渠道覆盖，企业需要储备充足的资金用于原材料采购、渠道建设和售后服务，行业的规模效应显著，头部企业凭借产能优势和成本控制能力，能够进一步巩固市场地位。

政策驱动性突出

挖掘机行业的发展受政策影响深远，政策导向直接决定了行业的发展方向和需求规模。从产业政策来看，中国的基建规划、“一带一路”倡议下的海外工程输出，会直接拉动挖掘机的内外需增长；设备更新补贴、以旧换新等政策，也能有效刺激存量市场的更新需求。从环保政策来看，排放标准的升级会推动老旧设备的淘汰，倒逼企业加大节能减排技术的研发投入，同时也会带来新一轮的设备置换需求。此外，地方政府的施工规范、安全生产要求等政策，也会对挖掘机的产品设计和市场准入提出更高标准。

发展历程

中国挖掘机行业主要经历了四个发展阶段，分别是1950-1978年的萌芽期、1979-2000年的启动期和2001-2015年的震荡期和2016年至今的高速发展期，挖掘机行业的生产模式正在全面转向智能化。

萌芽期 · 1950-01-01~1978-01-01

这一阶段是中国挖掘机行业的“从无到有”阶段，完全依托计划经济体系推进——1954年以仿制为核心实现首台机械挖掘机的国产化生产，标志着行业正式起步；1960年启动液压挖掘机研发后，虽在1967年自主研制出上海建筑机械厂WY100型等液压机型，但技术原理、核心零部件（如液压泵、阀）均直接依赖苏联的技术转让与部件供应，国产化仅停留在“组装生产”层面；生产主体以国营机械厂为主，产品销售完全对接国家基建项目，无市场化竞争，行业规模小且配套供应链极不完善。

从产业层面看，直接填补了中国工程机械领域“挖掘机品类”的空白，让中国基建项目首次用上自主生产的工程装备，奠定了行业的早期产业形态；从技术层面看，通过液压挖掘机的研发实践，让中国技术人员初步掌握了液压传动的基础原理，为后续技术自主化积累了认知经验；从人才层面看，依托国营生产体系培养了首批挖掘机生产、操作的技术工人与基础研发人员，为行业后续发展保留了“人才火种”。

启动期 · 1979-01-01~2000-01-01

这一阶段是行业“技术换市场”的转型期——改革开放后，行业主动引入国际先进技术，重点对标日本、欧美品牌的液压挖掘机制造技术，推动液压传动全面替代传统机械传动；90年代后，外资品牌（小松、卡特彼勒、日立等）以合资（如小松与山推合资）、独资形式大规模布局中国市场，凭借技术、品牌优势占据超90%的市场份额，形成“外资主导、本土企业边缘化”的格局；本土企业（如柳

工、厦工）虽通过合资项目接触到先进生产工艺，但核心零部件（液压系统、发动机）仍需从外资母公司采购，自主研发能力未得到实质突破，仅能在中低端市场做局部尝试。

技术层面，完成了从“机械传动”到“液压传动”的代际升级，让中国挖掘机产业技术水平与国际主流标准初步接轨，奠定了现代挖掘机的技术基础；管理层面，合资模式带来了精益生产、供应链管理等国际先进理念，推动本土企业生产管理体系的现代化；市场层面，外资垄断的格局让本土企业深刻意识到“技术自主”的必要性，倒逼企业开始布局自主研发，为21世纪初的行业突破埋下了转型动力。

震荡期 · 2001-01-01~2015-01-01

这一阶段行业随中国基建与政策波动呈现“高速增长+剧烈调整”的震荡态势——2002年受益于“西气东输、西电东送”等国家级工程拉动，挖掘机销量跃升至1.8万台、同比增近70%，2003年继续保持59.3%的高增速；但2004年宏观调控政策收紧，行业出现十年来首次负增长；后续受“4万亿”投资刺激与地方过度拉动，市场短暂冲高后，2012年开始进入断崖式下滑周期，行业供需关系剧烈波动。技术层面，本土企业突破核心部件进口依赖，实现了产业自主可控的关键跨越，彻底摆脱了“卡脖子”的被动局面；企业层面，本土品牌核心竞争力显著增强，为后续抢占市场主导权积累了硬实力；产业层面，行业集中度快速提升，小散乱的格局逐步改善，推动产业向规模化、集约化的成熟形态转型。

高速发展期 · 2016-01-01~至今

这一阶段是中国挖掘机行业的“全球崛起期”——国产挖掘机的市场竞争力持续爆发，2020年中国市场占有率攀升至72%，彻底实现本土品牌对市场的主导；出口端表现尤为亮眼，2022年出口量突破10.66万台、同比增73.3%，海外市场成为新增长极；中国已跃居全球最大的挖掘机生产与销售国，“中国制造”挖掘机品牌在全球市场的存在感与影响力快速扩张。

市场层面，完成了从“自给自足”到“全球领跑”的升级，牢牢掌握中国市场主导权的同时，在国际市场份额持续提升；产业层面，出口高速增长推动中国挖掘机产业深度嵌入全球供应链，国际话语权与产业地位显著提升；国家层面，成为中国高端制造崛起的标志性领域之一，其产能与技术能力可赋能全球基建项目，成为中国参与全球经济发展的重要产业名片。

| 产业链分析

挖掘机产业链的发展现状

挖掘机行业产业链上游为原材料与零部件供应环节，主要作用为中游整机制造提供基础物料与核心部件支撑；产业链中游为整机制造与集成环节，主要作用将上游原材料与零部件进行设计、组装、调试，形成具备完整作业功能的挖掘机产品；产业链下游为各类应用领域环节，主要作用通过建设工程、矿山开采、农业作业、城市建设等场景的实际使用，消化中游的整机产能。

挖掘机行业产业链主要有以下核心研究观点：

核心零部件主导成本，电动挖掘机渗透遇阻。

1. 核心零部件成本占比最大，上游配套企业正加速向“专精特新”转型

从产业链价值分布看，上游零部件价值占比高于中游整机与下游工程建设，核心原因是其具备多品种、小批量、工艺复杂的特点，技术准入门槛高。在挖掘机成本结构中，钢材等基础原材料占比约20%，液压、动力、电控等核心零部件占比达70%，其他零部件占比约10%。当前挖掘机上游配套企业正加速向“专精特新”转型，在细分赛道打造差异化优势。例如恒立液压的挖机油缸国内市场占有率超60%；部分企业深耕高锰铬合金耐磨钢应用，其制成的破碎机衬板、颚板抗冲击与耐磨性能显著提升，使用寿命较普通高锰钢延长2-3倍。这类企业的崛起，既拓宽了上游供应链选择空间，也为挖掘机上游产业技术升级注入新动能。

2. 场景适配性不足导致电动挖掘机渗透遇阻

尽管电动挖掘机具备长期成本优势，但当前销量远低于燃油机型，核心瓶颈是使用场景适配性不足。工地充电设施不完善，难以满足其8小时以上连续作业需求；且在破碎、岩石挖掘等高负载工况下，电动挖掘机能耗飙升、电池衰减加快，动力稳定性不及燃油机型。上述短板导致电动挖掘机短期内难以大规模替代燃油机型，市场渗透节奏偏缓。

基建主导挖掘机需求，东部省份销售量最大。

1. 基建主导挖掘机需求，2025年将延续最大占比

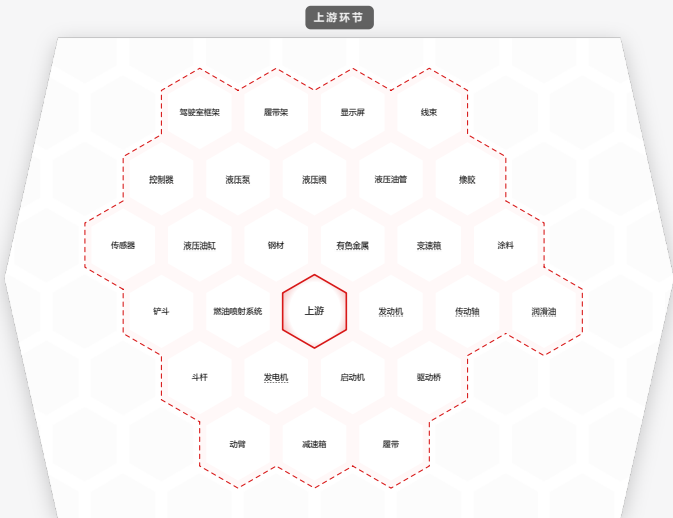
2022年挖掘机下游需求中，基建领域以45%的占比居首，这与当年稳增长背景下基建投资发力直接相关；同期房地产行业处于调整周期，需求占比不足基建的一半，成为制约市场扩容的关键因素之一。矿山领域需求占比20%，其余20%则分散于农业工程、市政维修、园林改造等场景。预计2025年，受益于超67万亿重大项目投资落地，基建仍将是挖掘机最大需求来源。

2. 中国挖掘机地区销售主要由东部主导

2024年中国挖掘机销量区域分布凸显东部产业集群的核心支撑作用，江苏、浙江等东部省份既是徐州、常州这类零部件配套与研发制造基地的聚集地，也位列销量前十阵营，前十省份合计贡献全国51.30%的销量。同时区域销量分化显著：黑龙江、海南等28个地区实现正增长，黑龙江增速高达109.5%；浙江、内蒙古等3个地区销量下滑，浙江降幅达11.2%。这种分化源于东部省份更完善的产业政策与营商环境，也体现出中西部部分省份在产业扶持及需求落地节奏上的差距。

产业链上游环节分析

挖掘机上游环节



生产制造端

原材料与零部件供应环节

上游厂商

宝山钢铁股份有限公司	鞍钢股份有限公司	北京首钢股份有限公司	河钢股份有限公司	江苏沙钢股份有限公司	湖南钢铁集团有限公司
湖南华菱钢铁股份有限公司	马鞍山钢铁股份有限公司	宝武集团马钢轨交材料科技股份有限公司	江苏恒立液压股份有限公司		
江苏恒立精密传动有限公司	烟台艾迪精密机械股份有限公司	山东中润液压机械有限公司	潍柴动力股份有限公司	广西玉柴机器股份有限公司	
上海新动力汽车科技股份有限公司	陕西法士特齿轮有限责任公司	陕西汉德车桥有限公司	合肥长源液压股份有限公司		

上游分析

核心零部件主导成本，核心传感器支撑挖掘机智能化升级。

1. 上游核心零部件主导成本，技术门槛构筑竞争壁垒

作为工程机械中用量最大、场景最广的品类，2024年中国挖掘机新装机量达80万台，占大型工程机械总装机量的53.3%，其核心需求聚焦于挖掘轨迹精准控制、液压系统负载监测等功能。从产业链价值环节看，上游零部件的价值占比高于中游整机与下游工程建设，这源于上游核心零部件具备多品种、小批量、制造工艺复杂等特点，行业技术准入门槛较高。挖掘机的成本结构中，钢材等基础原材料占比约20%，核心零部件（涵盖液压、动力、电控等系统）占比达70%，其他零部件占比约10%。

2. 核心传感器支撑挖掘机智能化升级，多类型设备提升作业精度与安全性

挖掘机的智能化功能依赖多类核心传感器的配置：位置/角度传感器（3~6只/台）采用磁致伸缩原理，精度达±0.1°，可实时反馈执行机构姿态，将挖掘作业精度从±10cm提升至±2cm；液压压力传感器（4~8只/台）通过监测压力数据，在负载超额定值110%时触发溢流保护，避免液压系统过载；振动传感器（2~4只/台）能通过频谱分析提前30天预警关键部件的故障情况；油耗传感器（1~2只/台）可生成单位油耗报表，助力用户降低油耗8%~12%。这些传感器的应用，既提升了挖掘机的作业效率，也增强了设备的安全性与经济性。

上游配套企业向“专精特新”转型，转向全周期配套服务。

1. 上游配套企业向“专精特新”转型，细分领域竞争力凸显

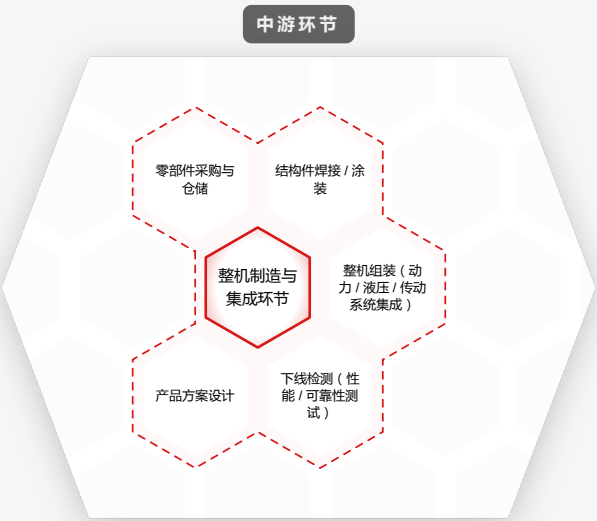
挖掘机上游配套企业正加速向“专精特新”方向转型，在细分赛道构建差异化竞争优势。比如在挖掘机液压油缸领域，中国企业通过技术迭代实现性能升级，例如恒立液压的挖机油缸在中国市场的占有率已超60%。再如一些企业钻研高锰铬合金耐磨钢的应用，这类材料被用于破碎机衬板与颚板，能有效抵抗矿石冲击与磨料磨损，使用寿命较普通高锰钢提升2-3倍。这类“专精特新”配套企业的崛起，既拓宽了上游供应链的选择空间，也为挖掘机上游产业的技术升级注入了新动力。

2. 挖掘机上游企业实现从“产品供应”到“全周期配套”的价值升级

挖掘机上游企业正跳出单纯的“产品供应商”定位，向“全周期服务配套商”转型，服务端的附加值持续提升。例如液压件供应商拓展了“预检测+上门维修”的售后模式，通过在液压泵加装传感器实时监测运行数据，可提前预警故障风险；而钢材供应商则推出“定制化加工”服务，依据整机企业的挖掘机结构设计，直接提供切割、焊接完成的成型钢材，帮助整机厂减少加工环节与工时成本。这种服务化的配套模式，不仅强化了上游企业与整机厂的合作绑定，也进一步提升了整个挖掘机产业链的运营效率。

中 产业链中游环节分析

挖掘机中游环节



品牌端

整机制造与集成环节

中游厂商

三一重工股份有限公司	徐工集团工程机械股份有限公司	中联重科股份有限公司	广西柳工机械股份有限公司	山河智能装备股份有限公司
厦门厦工机械股份有限公司	山推工程机械股份有限公司	中國龍工控股有限公司	雷沃重工集团有限公司	山东雷沃重工有限公司
广西玉柴装备科技有限公司	临工重机股份有限公司	山东临工工程机械有限公司	雷萨股份有限公司	安徽合力股份有限公司
内蒙古北方重型汽车股份有限公司	太原重工股份有限公司	卡特彼勒（徐州）有限公司	小松（常州）工程机械有限公司	
日立建机（中国）有限公司	斗山山猫机械（中国）有限公司	沃尔沃建筑设备（中国）有限公司	神钢建机（中国）有限公司	
杰西博工程机械（上海）有限公司				

中游分析

电动挖掘机长期成本优势显著，充电设施短期制约电动挖掘机市场渗透。

1. 电动挖掘机长期成本优势显著，5年周期内总成本低于燃油机型

以下对电动挖掘机和燃油挖掘机的成本进行测算：①在购置价格上，假设小型电动挖掘机是80,000元，小型燃油挖掘机是30,000元。（电动挖掘机因为配备了电池包及电控系统，价格通常比同吨级的燃油机高2-3倍）；②假设两者的日均运营时间为8小时（一个标准工班通常为8-10小时）；年运营天数为225天，这是扣除节假日、恶劣天气、设备调度空窗期后，专业设备的有效作业天数（一般在200-250天之间）；③每小时能耗方面，假设3吨级的电动挖掘机的能耗为20kWh，同吨位的燃油机机型油耗假设为4.5L/h；④电费方面，电动挖掘机对应的是0.8元/kWh（0.6-0.8元/kWh常见于普通工业电，1.0-1.2元/kWh为峰电/特定场站充电费用）；⑤油费方面，燃油挖掘机对应的0号柴油零售指导价是6.37元/L（参考中国国家发改委2025年下半年的价格），电动挖掘机无油费；⑥运营能耗费按年计算，电动挖掘机是28,800元（计算方式为20kWh/h×8h/天×225天×0.8元/kWh），燃油挖掘机是51,597元（计算方式为4.5L/h×8h/天×225天×6.37元/L）；⑦保养费按每小时计算，电动挖掘机是0.2元，燃油挖掘机是3元，保养费包括耗材更换、易损件更换、人工服务费等，所有费用平摊后取中等水平；⑧维修费按每小时计算，电动挖掘机是0.4元，燃油挖掘机是4元，维修费包括修复、更换损坏部件等的费用，也是平摊后取的中等水平；⑨保养维修费按年计算，电动挖掘机是1,080元，燃油挖掘机是12,600元，计算方式是按年运行1,800小时（8h/天×225天），电动挖掘机为（0.2+0.4）×1,800，燃油挖掘机为（3+4）×1,800；⑩人工费按每天计算，两者都是300元，挖掘机操作工的普遍日薪在200-400元之间，会因地区和技术等级有所差异，设备类型对薪资影响不大；人工费按年计算，两者都是67,500元，计算方式是日薪×年工作天数，即300元/天×225天；通过上述计算，在年总成本方面，电动挖掘机是177,380元，燃油挖掘机是161,697元，计算方式是购置成本+年运营能耗费+年保养维修费+年人工费；5年总成本方面，电动挖掘机达到566,900元，燃油挖掘机达到688,485元，计算方式是购置成本+（年运营能耗费+年保养维修费+年人工费）×5。通过测算，可发现电动挖掘机的“低能耗优势”会随时间放大，逐渐覆盖初期购置的差价。

2. 充电设施与工况适配性限制，短期制约电动挖掘机市场渗透

尽管电动挖掘机有长期成本优势，但其当前销量远低于燃油机型，核心瓶颈在于使用场景的适配性不足。一方面，工地普遍缺乏稳定充电设施，难以支撑电动挖掘机8小时以上的连续作业需求；另一方面，在破碎、岩石挖掘等高负载工况下，电动挖掘机能耗会明显飙升、电池衰减加快，动力输出稳定性不及燃油机型。这些现实短板，使得电动挖掘机短期内难以大规模替代燃油机型，市场渗透节奏相对缓慢。

区域分化格局凸显，东部省份成行业服务生态核心。

1. 东部产业集群优势支撑中国挖掘机市场核心需求

2024年中国挖掘机销量的区域分布，体现出东部产业集群的核心支撑作用。江苏、浙江等东部省份既是挖掘机产业重镇（如徐州、常州形成了完善的零部件配套、研发制造基地），也是销量靠前的区域——2024年销量前十省份中，东部的江苏、山东等均在列，前十省份合计占全国总销量的51.30%。同时区域销量呈现明显分化：黑龙江、海南等28个地区实现正增长，其中黑龙江增速达109.5%；而

浙江、内蒙古等3个地区出现负增长，浙江降幅达11.2%。这种分化既与东部省份更完善的产业政策、营商环境有关，也反映出中西部部分省份在产业扶持与需求落地节奏上的差异。

2. 企业集聚与区域产业基础深度绑定，东部省份成行业服务生态核心

挖掘机相关企业的集聚格局，与区域产业基础高度匹配。2024年开展租赁、配件、生产等业务的挖掘机企业，超6,000家集中在山东，浙江、安徽的企业数量也分别超过4,700家、4,300家，江苏、河北紧随其后。这一分布既依托了东部省份早年形成的产业集群效应，也进一步强化了当地的行业服务生态——完善的配套资源降低了企业运营成本，吸引更多企业集聚，形成“产业基础-企业集聚-市场需求”的正向循环，让东部省份成为中国挖掘机行业的供给与服务核心区域。

下 产业链下游环节分析

挖掘机下游环节



渠道端及终端客户

各类应用领域环节

渠道端

中国建筑股份有限公司	中国中铁股份有限公司	中国铁道建筑集团有限公司	中国电力建设集团有限公司	中国能源建设集团有限公司
上海建工集团股份有限公司	北京城建集团有限责任公司	广州建筑股份有限公司	上海隧道工程股份有限公司	浙江交工集团股份有限公司
中交一公局集团有限公司	中铁三局集团有限公司	中建三局集团有限公司	中国水利水电第八工程局有限公司	中国神华能源股份有限公司
兖矿能源集团股份有限公司	山西焦煤集团有限责任公司	中国中煤能源股份有限公司	北大荒集团黑龙江七星农场有限公司	
中粮农业产业基金管理有限责任公司	广州环保投资集团有限公司	北京环卫集团环卫服务有限公司	中国农业发展集团有限公司	
侨银城市管理股份有限公司				

下游分析

挖掘机需求高度依赖基建领域，租赁模式成中小主体首选。

1. 2022年挖掘机需求高度依赖基建领域，地产行业调整制约其市场占比

2022年挖掘机下游应用中，基建领域占比达45%，是最大的需求来源，这与当年中国稳增长背景下基建投资发力直接相关。而同期房地产行业处于调整周期，其在挖掘机下游的占比不足基建的一半，成为制约市场需求扩容的关键因素之一。此外，矿山领域占比20%，

剩余20%的需求则分散在农业工程、小型市政维修、园林改造等“其他”场景。预测2025年挖掘机需求占比最大的领域仍是基建——这源于2025年超67万亿的重大项目投资落地，交通、新基建等战略项目及城市更新工程，持续拉动挖掘机需求。

2. 2024年挖掘机企业关联行业向服务端倾斜，租赁模式成中小主体首选

2024年挖掘机企业关联行业中，租赁和商务服务业占比44%，是关联度最高的领域。核心原因在于挖掘机的主要需求方是中小工程施工主体，这类主体资金实力有限，难以承担设备高额购置成本，租赁模式更契合其成本控制与资源适配的需求。同时，建筑业、批发和零售业分别以27%、9%的占比紧随其后，居民服务业、制造业等领域的关联占比则相对较低，这一分布也反映出挖掘机行业的需求场景正从“设备销售”向“服务配套”延伸。

中国工程需求节奏稳定，印尼为代表的东南亚对挖掘机的需求具有增长潜力。

1. 中国小松挖掘机开工时长显著高于多数区域，反映中国工程需求节奏稳定

2023年12月-2024年11月，中国小松挖掘机月均开工时长为90.1小时，这一数据显著高于日本（约45-50小时）、欧洲（约65-75小时）、北美（约60-70小时），仅低于印尼的180-210小时。从具体月度数据看，日本、欧洲、北美的开工时长整体波动较小且处于中低水平，而中国的开工时长始终保持在较高区间，这直观体现出中国工程需求的实际落地节奏更稳定，基建、地产等下游领域的项目推进对挖掘机的使用需求持续较强，支撑了设备的高开工活跃度。

2. 印尼为代表的东南亚是挖掘机海外需求核心增长极，开工时长领跑全球

在2023年12月-2024年11月的统计周期内，印尼小松挖掘机的月均开工时长达到180-210小时，远超日本、欧洲、北美等区域，是当前挖掘机海外需求的核心增长极。从月度数据看，印尼的开工时长始终维持在180小时以上，部分月份（如2024年5月）甚至超过210小时，这背后是东南亚区域基建加速期的需求支撑——印尼等国正处于基础设施建设的集中落地阶段，工程项目的密集开工直接拉动了挖掘机的高频使用，使其成为全球挖掘机需求增量的主要贡献区域。

| 行业规模

挖掘机行业规模的概况

2019年—2024年，挖掘机行业市场规模由696.7亿人民币元回落至680.13亿人民币元，期间年复合增长率-0.48%。预计2025年—2029年，挖掘机行业市场规模由700亿人民币元增长至924亿人民币元，期间年复合增长率7.19%。

挖掘机行业市场规模历史变化的原因如下：

疫情扰动、行业周期与政策调整之下导致需求透支。

1. 2020-2023下滑：疫情扰动下的需求透支

2020-2023年挖掘机市场从969.5亿元跌至284.4亿元，疫情是贯穿始终的核心变量。2020年中国疫情受控后，全球大宗商品涨价推高了挖掘机生产成本，企业被迫提价，进一步削弱了中小客户的采购能力。例如，2020年4月10日，徐工集团挖掘机械事业部发布调价通知，指出受全球疫情冲击，各类成本费用显著攀升，决定对旗下小型挖掘机提价10%，中大型挖掘机提价5%。次日，三一重工亦跟进发布调价公告，调价幅度与徐工集团保持一致，即小型挖掘机价格上调10%，中大型挖掘机价格上调5%。

2. 2020-2023下滑：行业周期与政策调整的叠加效应

此阶段的下滑也是行业周期与政策节奏错位的结果。2016-2020年挖掘机行业已走完一轮“更新+新增”的上行周期，2020年存量设备替换需求已接近尾声，而疫情下的政策刺激只是“短期续命”。2021年后，地产调控政策，如“三道红线”持续收紧，叠加环保政策，如非道路机械国四标准过渡期让企业暂缓采购，行业供需同时走弱。同时地产行业遇冷，如房企债务违约、新开工面积同比下滑超20%、基建投资边际收紧，下游客户从“主动采购”转向“被动观望”，最终让挖掘机的市场规模在2023年触底。

疫情后需求释放，新场景与政策红利涌现。

1. 2024-2029平稳上涨：疫情后积压需求的逐步释放

2024-2029年的平稳回升，首先源于疫情积压需求的有序释放。疫情期间暂缓的基建项目在2024年后集中复工，2024年，制造业投资比上年增长9.2%，增速比全部投资高6.0个百分点，直接拉动挖掘机采购；同时“保交楼”政策推动地产竣工端回暖，配套的市政、装修工程增加了中小型挖掘机的需求。更关键的是，疫情期间企业“延迟替换”的存量设备（2016-2018年采购的设备），在2024年后进入强制更新周期，仅这部分需求就支撑了市场规模的基本盘。与此前“脉冲式需求”不同，此次需求释放是分阶段、分领域的，避免了市场大起大落。

2. 2024-2029平稳上涨：新场景与政策红利的长期支撑

此阶段的增长并非单纯“恢复”，而是新场景与政策红利的长期驱动。一方面，“双碳”政策推动挖掘机行业向“新能源化、智能化”转型——电动挖掘机在矿山、港口等封闭场景的渗透率提升，无人挖掘机在危险工程中的应用增加，新产品迭代带来了增量需求；另一方面，乡村振兴、城市更新等政策催生了新的需求场景，这些场景需求稳定、周期较长，避免了单一依赖基建地产的波动风险。同时，疫情后供应链恢复稳定，零部件成本回落，企业定价更灵活，也进一步激活了中小企业的采购意愿，让市场在2024-2029年呈现出“稳中有升”的态势。

挖掘机行业市场规模未来变化的原因主要包括：

电动化与智能化是未来市场规模提升的有力支撑。

1. 电动化技术突破与场景渗透，支撑市场规模稳步扩容

2024-2029年挖掘机市场的平稳上涨，电动化是核心动力之一。全球环保要求趋严背景下，电动挖掘机凭借零排放、低噪音的优势，在城市基建、室内作业等场景快速渗透。而技术端的突破进一步降低了电动化的落地门槛，电动设备的动力性能已接近燃油机型。尽管当前仍面临充电设施不完善的问题，但政府与企业的协同投入，如布局工程场景专用充电桩、推出电池租赁模式，正逐步破解这一难题。随着电动挖掘机在矿山、港口等封闭场景的渗透率持续提升，其将成为市场规模增长的核心增量，推动行业从“燃油主导”向“油电并行”转型。

2. 智能化升级重塑需求结构，提升设备附加值与市场空间

智能化技术的深度应用，是2024-2029年市场平稳增长的关键支撑。一方面，智能化设备能实现“降本增效”，如自动驾驶、远程操控技术让挖掘机可在矿山、危险工程等场景自主作业，减少人工成本与安全风险。直川科技推出的倾角传感器通过在挖掘机的多关节部署倾角传感器，系统实时计算铲斗空间坐标，实现挖掘深度自动控制。在矿山开采中，该技术将爆破孔定位精度控制在±1°，钻孔合格率提升至98%。另一方面，智能化推动设备附加值提升，企业可通过“产品+服务”的模式拓展收入来源。例如徐工的智能化服务平台，能实时监控设备运行状态并提供精准维护建议，这类增值服务既提高了客户粘性，也为企业创造了稳定的现金流。随着人工智能、物联网技术的进一步成熟，智能化挖掘机的市场份额将持续扩大，带动行业从“单一设备销售”向“全生命周期服务”升级，支撑市场规模的稳步上涨。

环保政策与国际布局打开未来需求空间。

1. 绿色环保政策倒逼供给升级，打开行业长期增长空间

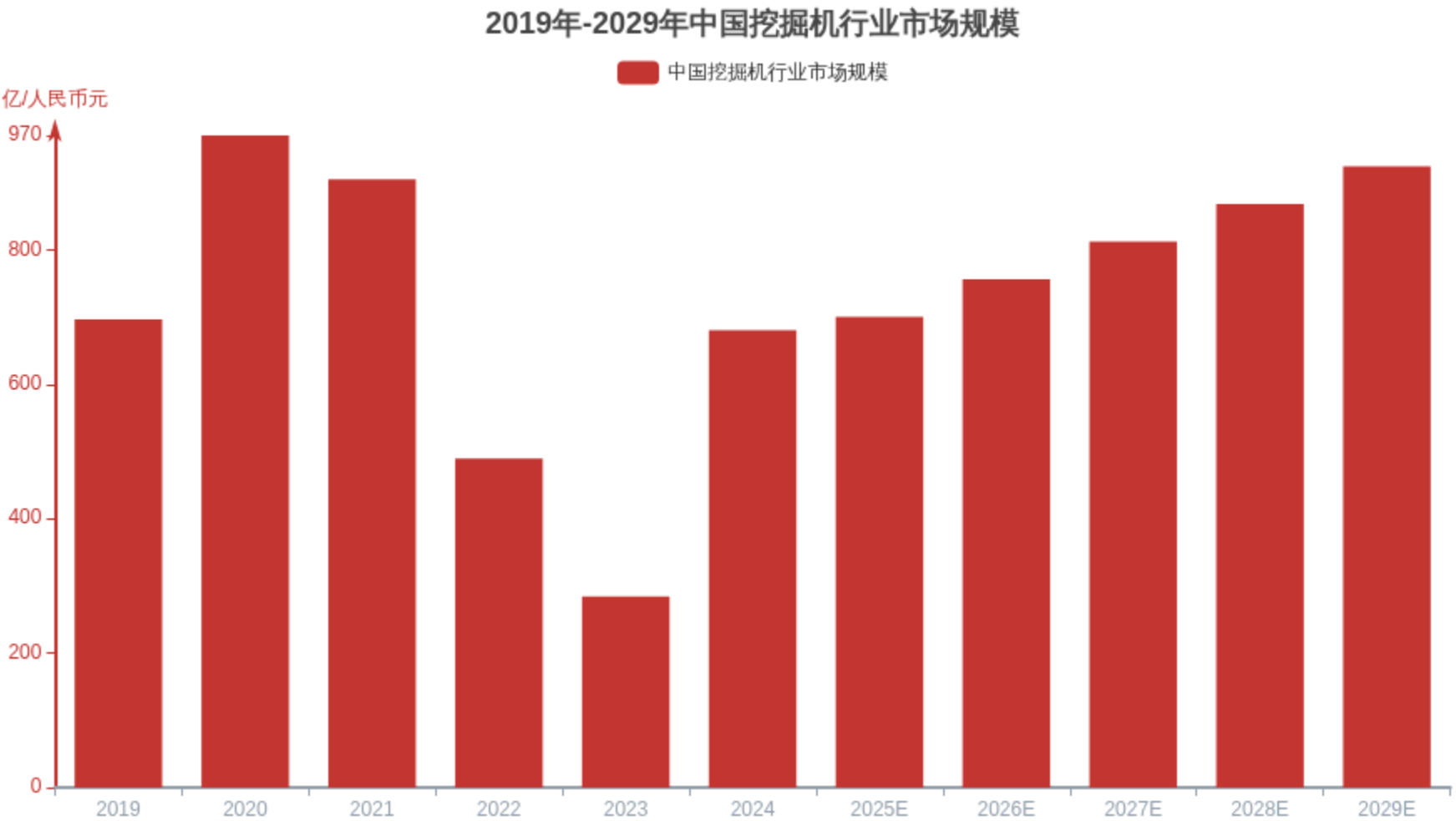
环保法规的趋严，从供给端推动了挖掘机市场的结构性增长。欧盟StageV、中国非道路机械国四标准等政策，迫使企业淘汰高排放机型，加速绿色产品的研发与替代——例如山河智能的SWE210Hybrid混合动力挖掘机，采用混合动力技术，结合内燃机与电动机双动力源，通过回转制动能量回收系统和工作装置势能回收系统将动能转化为电能存储再利用，综合节能20%-25%。从市场端看，客户对环保设备的偏好持续提升，政府项目招标中“环保指标”的权重不断增加，进一步拉动了绿色挖掘机的需求。

2. 国际化布局与新兴市场拓展，打开增量需求天花板

中国挖掘机企业的国际化布局，是2024-2029年市场规模上涨的重要增量来源。中国市场逐渐饱和后，“一带一路”沿线国家、南亚、非洲等新兴市场成为核心拓展方向。这些地区正处于基建加速期，对挖掘机的需求年增速较高。中国小松挖掘机月均开工时长为90.1小时，显著高于日本（约45-50小时）、欧洲（约65-75小时），仅低于印尼的约180-210小时，像印尼等东南亚区域的开工小时数远超其他区域，正是当前挖掘机海外需求的核心增长极。

规模预测

挖掘机行业规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动先进制造业和现代生产性服务业深度融合发展的实施意见（征求意见稿）》	安徽省工业和信息化厅	2025-06-27	6
政策内容	推动先进制造业与现代生产性服务业深度融合，重点支持高端装备制造企业发展基于成套装备的总集成总承包服务，开展智能装备全生命周期管理，并鼓励应用融资租赁等生产性金融服务，培育服务型制造标杆企业。			
政策解读	该政策鼓励高端装备制造企业向服务型制造转型，发展总集成总承包、全生命周期管理等衍生服务，支持智能化升级与融资租赁等金融服务应用。对挖掘机行业而言，有助于推动龙头企业从单一设备制造向“制造+服务”模式拓展，提升产品附加值和客户粘性，增强市场竞争力，尤其利好具备智能化、数字化服务能力的企业。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推进全省非道路移动机械污染防治工作的通知》	河南省生态环境厅办公室	2021-09-06	7
政策内容	河南省加快推进非道路移动机械污染防治，要求完成信息采集与环保号牌核发，建立重点使用场所台账，强化高排放机械禁用区执法监管，开展监督抽测并推进第三方检测机构报备管理，鼓励高排放机械深度治理并联网监控。			
政策解读	该政策对挖掘机行业具有较强的直接影响，要求对包括挖掘机在内的非道路移动机械进行信息采集、环保号牌核发、排放检测和定位监控，并强化禁用区执法与监督抽查。虽然增加了企业的合规成本，但推动了行业向清洁化、数字化方向发展，有利于长期可持续运营和环保达标，提升企业环境责任履行能力。			
政策性质	规范性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《北京市建筑工程等领域非道路移动机械报废更新实施细则》	北京市生态环境局、北京市发展和改革委员会、北京市财政局	2024-08-26	9
政策内容	北京市对在本市编码登记的国一、国二标准老旧柴油非道路移动机械（包括挖掘机、装载机）实施报废或报废并更新为新能源机械的补贴政策，补贴申领时间为2024年8月26日至12月31日，需在指定回收企业报废并在本市购置新能源机械完成登记。			
政策解读	该政策通过补贴机制鼓励老旧柴油挖掘机等非道路移动机械淘汰并更新为新能源设备，直接推动挖掘机行业向绿色化、电动化转型。对企业而言，可降低用户更换新能源设备的成本，刺激市场需求，利好新能源挖掘机生产企业；同时倒逼传统燃油机械制造商加快技术升级。政策具有明确的经济激励和方向引导作用。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《促进工程机械再制造体系改革方案》	湖南省人民政府办公厅	2024-12-31	9
政策内容	湖南省推动构建工程机械再制造体系，重点覆盖挖掘机、装载机等品类，完善再制造标准体系，建设出口基地与溯源平台，支持技术创新与绿色智能转型，并鼓励政府采购及金融支持再制造产品，探索试点目录与保税维修机制。			
政策解读	该政策明确提出以挖掘机为重点品类推进工程机械再制造体系建设，通过标准制定、平台建设、产业扶持和金融支持等措施，推动挖掘机再制造产业链升级。对企业而言，政策降低了再制造产品的出口与融资门槛，提升了产品国际竞争力，同时通过“白名单”企业试点和首台套支持等机制，为企业创造了显著的市场机会和发展空间。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《最新土方机械国家标准公告》	国家标准化管理委员会	2025-12-03	8
政策内容	发布多项土方机械国家标准，涵盖挖掘机运行能效评价、纯电动挖掘机换电系统、安全要求、能耗优化、控制系统架构等，推动行业技术升级与绿色发展。			
政策解读	该系列国家标准对挖掘机行业的能效、安全、电动化、智能化和再制造等方面提出了系统性规范，显著提升产品技术门槛，推动行业向绿色化、智能化转型。企业需升级技术以满足新标准，短期可能增加研发成本，但长期有利于提升产品质量、国际竞争力和可持续发展能力。			
政策性质	规范性政策			

竞争格局

挖掘机竞争格局概况

挖掘机行业呈现以下梯队情况: 第一梯队公司有卡特彼勒、小松、约翰迪尔等; 第二梯队公司有三一重工、徐工集团、中联重科等; 第三梯队公司有柳工机械、山推股份、山河智能等。

挖掘机行业竞争格局形成的历史原因如下:

技术与服务筑牢高端护城河，合资卡位压制本土品牌。

1. 核心技术壁垒与全球化服务网络筑牢高端护城河

以卡特彼勒、小松为代表的国际品牌，凭借近百年的工程机械研发制造积累，早早掌握了挖掘机核心部件（液压系统、电控系统、发动机）的核心技术，其产品在动力性能、作业稳定性、使用寿命等关键指标上形成显著优势，尤其在大型矿用挖掘机、高端市政工程用机等复杂工况场景中，长期占据技术垄断地位。与此同时，这些企业从20世纪中期便启动全球化布局，通过在全球180多个国家和地区设立办事处、授权经销商，搭建起覆盖售前咨询、售中调试、售后维修保养及配件供应的全链条服务网络。例如卡特彼勒在全球设有超过500个制造、营销、物流、服务、研发及相关工厂及代理商网点，覆盖美洲、亚太、欧洲、非洲和中东等多个地区。这种“技术硬实力+服务软实力”的双重优势，直接奠定了其在行业第一梯队的绝对领先地位。

2. 早期合资模式卡位，压制本土品牌发展空间

上世纪80年代至90年代，中国挖掘机行业尚处于起步阶段，技术储备薄弱、生产制造能力不足，生产厂家仅有30多家，生产机型仅有40余种。为快速填补市场空白，中国开启了工程机械行业的合资浪潮。国际品牌借此契机，以技术输出、提供核心部件为条件，与中国大型机械企业组建合资公司，且多数掌握合资公司的控股权和销售话语权。在合作过程中，国际品牌实行严格的技术封锁，仅向中方开放低端组装环节，核心技术研发、关键部件生产始终由外方掌控。这种合资模式虽然在短期内提升了中国挖掘机的产能，但也让本土企业陷入“组装依赖”的困境，难以积累自主研发能力，导致本土品牌在较长一段时间内只能聚焦于技术门槛低、利润微薄的中低端市场，进一步巩固了国际品牌在行业中的主导格局。

政策与市场驱动中国企业崛起。

1. 政策红利+基建需求，驱动本土龙头规模扩张

上世纪90年代后期，随着中国城镇化进程加速，高速公路、铁路、水利工程等大规模基建项目陆续启动，挖掘机市场需求迎来爆发式增长。与此同时，国家出台一系列产业扶持政策，包括工程机械行业发展规划、农机购置补贴、高新技术企业税收优惠等，为本土挖掘机企业提供了有利的发展环境。徐工、三一重工、中联重科等本土企业敏锐抓住这一机遇，聚焦中国中低端市场的实际需求，推出性价比更高的机型，快速扩大产能布局。例如三一重工在2000年后陆续建成长沙、昆山等大型生产基地，2000年中国挖掘机企业产量为8,111台，而2024年仅三一重工一家企业的挖掘机产量达9.77万台；在政策红利与市场需求的驱动下，本土企业快速提升中国市场份额，完成了早期的资金积累和规模扩张。

2. 自主研发突破核心瓶颈，实现国产替代关键跨越

面对国际品牌的技术封锁和合资模式的限制，中国领军企业深刻认识到核心技术自主化的重要性，从21世纪初开始持续加大研发投入，组建专业研发团队，聚焦液压系统、电控系统等核心部件的技术攻关。例如三一重工每年将营收的6%左右投入研发，累计投入超百亿元，最终成功攻克高压液压泵、主阀等关键部件的制造技术，打破了国际品牌的垄断。同时，本土企业依托本土化研发优势，针对中国复杂工况推出更适配本土需求的定制化机型。随着核心技术的突破和产品竞争力的提升，本土企业逐步实现从“组装代工”到“自主研发制造”的转型，在中低端市场实现全面国产替代，同时向中高端市场渗透，最终崛起为行业第二梯队。

挖掘机行业竞争格局未来变化的趋势如下：

本地化运营打破国际壁垒，增值服务成竞争新赛道。

1. 本地化运营+技术输出双轮驱动，打破国际品牌区域壁垒

中国挖掘机企业正从单纯的产品出口，转向“海外生产基地+区域研发中心+本地化服务网络”的全链条布局：在“一带一路”沿线市场，三一、徐工通过建立印尼、墨西哥等生产基地实现就近交付，同时针对东南亚红土工况、非洲高温环境优化产品性能，并输出智能施工解决方案，既规避贸易壁垒，又凭借“适配性+性价比”抢占国际品牌传统市场份额。2024年中国挖掘机出口量超10万台，虽短期略有波动，但长期看，随着全球基建需求复苏，中国企业的全球化扎根将持续分流国际龙头的区域市场。

2. 增值服务成竞争新赛道，重构客户粘性与盈利模式

传统挖掘机竞争聚焦硬件性能，未来则转向“设备+服务”的全链条价值竞争：徐工依托“智联云”工业互联网平台，实现10万台设备的远程诊断、预测性维护；三一通过“施工效率优化系统”帮助客户降低综合成本，同时布局设备租赁、二手再制造等业务，从“产品供应商”转变为“全生命周期伙伴”。这种服务化转型不仅提升了客户粘性，更拓展了盈利空间，而国际品牌的服务体系虽成熟但本土化响应较慢，中国企业的服务创新将成为冲击第一梯队的关键支点。

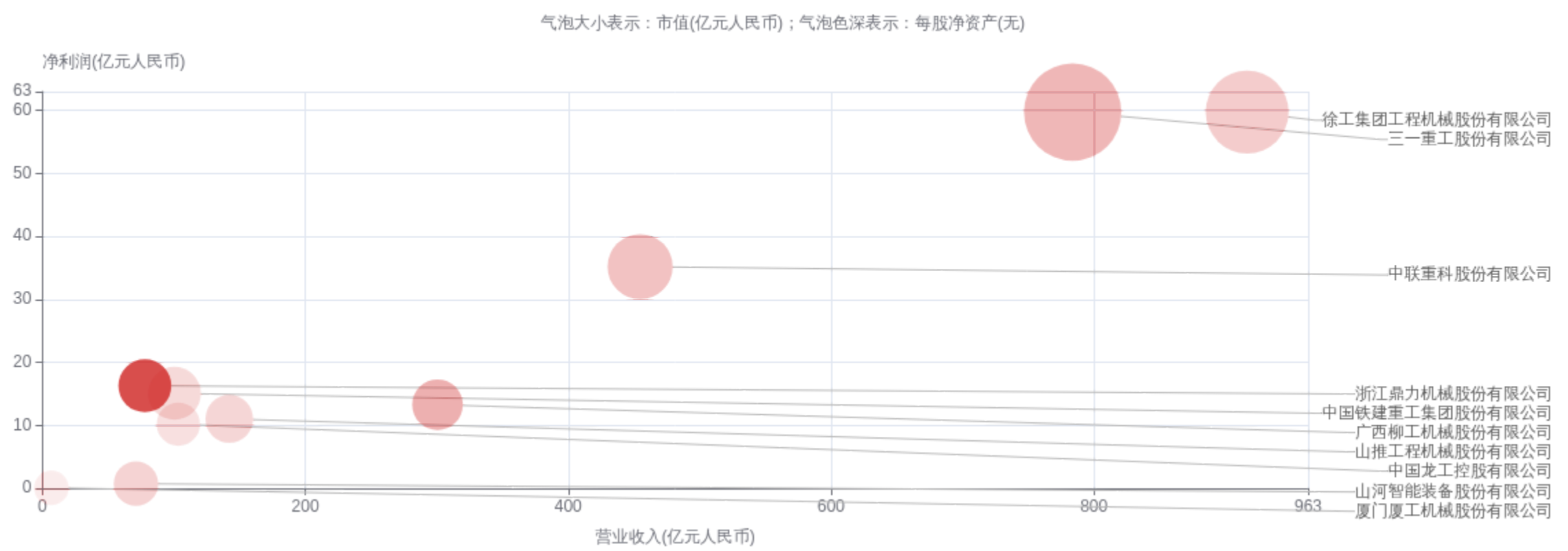
新技术突破与全生态布局助力缩小与国际龙头差距。

1. 新能源与智能技术突破，缩小与国际龙头的技术代差

全球挖掘机行业向电动化、自动驾驶转型的趋势下，国际品牌的传统液压技术壁垒被削弱。中国企业凭借在新能源、智能化领域的快速迭代，推出性能接近国际品牌的高端产品，同时依托成本优势快速渗透欧美市场。如徐工重型机械智能工厂通过AI技术驱动研发与制造全流程优化，将订单交付周期缩短55%。广西柳工机械股份有限公司的大型智慧矿山解决方案，无须人工干预，便可实现无人挖掘机、矿用卡车、平地机的编组运行，既降低人员作业安全风险，又将作业效率提升15%。技术代差的缩小，让中国龙头企业具备了向上争夺高端市场的能力，推动第一梯队从“国际品牌垄断”向“中外龙头共同竞争”扩容。

2. 全生态布局提升抗风险与议价能力

未来竞争的核心是产业链生态的较量，而非单一企业对抗。中国龙头企业通过垂直整合核心部件保障供应链安全，中游主机厂与下游施工企业深度对接需求，高端液压阀等产品的进口替代也稳步落地。以中联重科为例，其大吨位汽车起重机用高性能负载敏感多路阀已从10年前的进口垄断，实现800吨及以下吨位100%国产化、整体国产化覆盖率超95%。这种全产业链协同模式，既降低成本波动风险、提升综合服务能力，相比国际品牌“轻资产+外包”模式，也更能在新兴市场竞争中占据优势。



上市公司速览

三一重工股份有限公司 (600031)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	561.4亿元 >	-5.1	28.5

徐工集团工程机械股份有限公司 (000425)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	716.7亿元 >	-4.6	22.9

中联重科股份有限公司 (000157)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	245.4亿元 >	1.9	28.3

山推工程机械股份有限公司 (000680)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	104.9亿元 >	2.4	20.5

浙江鼎力机械股份有限公司 (603338)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	47.4亿元 >	13.8	37.7

山河智能装备股份有限公司 (002097)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	15.1亿元 >	-9.0	25.5

厦门厦工机械股份有限公司 (600815)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.6亿元 >	-11.4	24.8

中国龙工控股有限公司 (03339)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
62.1亿 >	53.6亿 >	-6.4	18.5

广西柳工机械股份有限公司 (000528)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	228.6亿元 >	8.3	23.5

中国铁建重工集团股份有限公司 (688425)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	66.3亿元 >	-2.4	29.6

企业分析

1	三一重工股份有限公司【600031】
---	--------------------

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	847439.0037万人民币
企业总部	北京市	行业	专用设备制造业
法人	向文波	统一社会信用代码	91110000616800612P
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	785433600000
品牌名称	三一重工股份有限公司	经营范围	生产建筑工程机械、起重机械、停车库、通用设备及机电设备（其中特种设备制造须凭本企业行政许可）、金属制品、橡胶制品、电子产品、钢丝增强液压橡胶软管和软管组合件、客车（不含小轿车）和改装车；建筑工程机械、起重机械、停车库、通用设备及机电设备的销售与维修；金属制品、橡胶制品及电子产品、钢丝增强液压橡胶软管和软管组合件的销售；客车（不含小轿车）和改装车的销售（凭审批机关许可文件经营）；五金及法律法规允许的矿产品、金属材料的销售；农业机械销售；提供建筑工程机械租赁服务；经营商品和技术的进出口业务（国家法律法规禁止和限制的除外）；农业机械制造(限外埠生产)。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

■ 财务数据分析									
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
销售现金流/营业收入	1.12	1.08	1.07	1.04	1.03	1.06	0.96	1.07	1.06
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	61.8996	54.7146	55.9441	49.7172	53.9124	53.0191	58.4209	54.2514	52.0184
营业总收入同比增长(%)	-0.8107	64.6691	45.6147	35.5495	31.2483	6.815	-24.3758	-8.4361	5.8964
归属净利润同比增长(%)	4001.1288	928.3514	192.3302	83.2265	36.2491	-22.0369	-64.492	5.5266	31.9827
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	301.9121	171.1515	124.1422	99.7368	78.4656	71.1319	102.9802	123.1141	116.6117
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.5963	1.5754	1.5293	1.6252	1.4735	1.5256	1.5638	1.7942	1.5943
每股经营现金流(元)	0.4243	1.1169	1.3495	1.5743	1.5761	1.4017	0.4826	0.6727	1.748
毛利率(%)	26.2055	30.0749	30.6218	32.6878	29.8183	25.853	24.0175	27.7063	26.4312
流动负债/总负债(%)	62.4644	72.1258	82.2225	93.6333	91.1591	83.6254	72.9198	66.3361	80.4479
速动比率	1.2889	1.1393	1.0787	1.1349	0.8787	1.225	1.272	1.431	1.281
摊薄总资产收益率(%)	0.2668	3.7182	9.5498	13.9907	14.6319	9.309	2.9629	2.9721	4.0169
营业总收入滚动环比增长(%)	28.8608	13.6826	13.8213	9.7937	11.5024	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-1445.5239	-55.7856	-53.9191	-52.5907	-21.315	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	0.89	8.69	21.45	28.71	29.64	19.95	6.65	6.85	/
基本每股收益(元)	0.0267	0.2733	0.7907	1.3595	1.8397	1.4287	0.5055	0.5347	0.7061
净利率(%)	0.7036	5.8095	11.2922	15.1911	15.9657	11.6156	5.5045	6.2907	7.8337
总资产周转率(次)	0.3792	0.64	0.8457	0.921	0.9165	0.8072	0.5437	0.4776	0.5168
归属净利润滚动环比增长(%)	-21.1788	-54.9368	-17.5233	-16.6738	-22.6531	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.0776	0.1369	0.2414	0.7059	0.605	0.6057	0.6328	0.6187	0.6102
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	123.018	93.0834	89.4077	91.3427	86.3579	86.3371	113.5002	134.7658	125.4661
营业总收入(元)	23280072000	38335087000	55821504000	75665760000	100054283000	106873394000	80822133000	74018936000	78383379000
每股未分配利润(元)	1.7781	1.9726	2.5358	3.436	4.9292	5.7423	5.7858	6.1374	6.6046
稀释每股收益(元)	0.0267	0.2674	0.7466	1.352	1.837	1.4284	0.5055	0.5347	0.7058
归属净利润(元)	203457000	2092253000	6116288000	11206662000	15431465000	12033364000	4272802000	4527498000	5975451000
扣非每股收益(元)	-0.0412	0.2334	0.7806	1.2631	1.6628	1.2218	0.3699	0.5183	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.4243	1.1169	1.3495	1.5743	1.5761	1.4017	0.4826	0.6727	1.748

公司竞争优势

■ 竞争优势

三一重工作为全球领先的工程机械龙头企业，核心优势体现在多维度的综合竞争力上：其一，技术研发实力雄厚，长期保持高额研发投入，自主攻克液压、电控等核心部件技术，新能源与智能化设备迭代领先，专利数量行业前列；其二，市场地位稳固，挖掘机连续14年中国市占率第一，混凝土机械全球市占率超40%，海外市场布局广泛，产品出口150多个国家，海外收入占比超60%，在东南亚、欧洲等区域市场份额位居前列；其三，智能制造水平突出，拥有全球灯塔工厂标杆，生产效率与成本控制能力显著，全链条数字化管理实现库存周转提速、账期缩短；其四，渠道与服务体系完善，中国经销与直销双轨并行，海外本地化生产基地与服务中心覆盖广泛，24小时快速响应的售后服务、融资租赁等增值服务大幅提升客户粘性；同时，稳健的财务状况与自主化供应链进一步增强了企业抗风险能力，助力其在行业周期波动中保持领先地位。

附录

法律声明

权利归属

头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创

头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用

未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权

头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性

以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

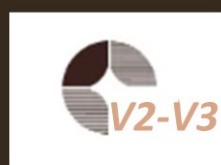
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588